

高校转型发展系列教材

国际商务谈判

庞 辉 赵亚南 纪 红 编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

《国际商务谈判》一书是作者在多年的教学实践基础之上编著而成的。本书突出国际化和实用性的特征，以国际商务活动为载体，较全面地介绍和阐释了国际商务谈判所涉及的各方面知识，既包括国际商务谈判的基础知识，又涵盖具体的实践技巧以及生动的谈判案例，具有较强的思辨性和启发性。

全书共分为八章：国际商务谈判概述；国际商务谈判的基本理论与心理要素；国际商务谈判的人员；国际商务谈判的准备阶段；国际商务谈判各阶段的策略；国际商务谈判的礼仪；国际商务谈判的技巧；世界主要地区商业习惯与谈判风格。每章开篇均配有学习目标、导入案例；章节中穿插小案例和小资料；每章结束后都有结合该章内容设计的思考题，可以帮助学生更好地掌握相关知识和技能。

《国际商务谈判》可作为普通高等院校经管类及相关专业的教材，同时也可供广大经济工作者参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判 / 庞辉, 赵亚南, 纪红 编著. —北京: 清华大学出版社, 2016
(高校转型发展系列教材)
ISBN 978-7-302-45045-0

I. ①国… II. ①庞… ②赵… ③纪… III. ①国际商务—商务谈判—高等学校—教材
IV. ①F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 218532 号

责任编辑：施 猛 王旭阳

封面设计：常雪影

版式设计：方加青

责任校对：牛艳敏

责任印制：何 芊

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载：<http://www.tupwk.com.cn>, 010-62781730

印 装 者：北京密云胶印厂

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：20 字 数：450 千字

版 次：2016 年 8 月第 1 版 印 次：2016 年 8 月第 1 次印刷

印 数：1 ~ 3000

定 价：35.00 元

产品编号：069737-01

高校转型发展系列教材

编委会

主任委员：李继安 李 峰

副主任委员：王淑梅

委员(按姓氏笔画排序)：

马德顺 王 焱 王小军 王建明 王海义 孙丽娜
李 娟 李长智 李庆杨 陈兴林 范立南 赵柏东
侯 彤 姜乃力 姜俊和 高小珺 董 海 解 勇

前 言

在经济全球化的背景下，我国对外贸易得到迅速发展，加入世界贸易组织之后，我国对外贸易在世界贸易中的地位不断上升，2013年我国已成为世界第一大贸易国家，2015年我国进出口总值达24.59万亿元人民币，越来越多的消费品、中间产品以及劳务进入国际交换领域，贸易范围不断扩大，政府、企业、个人的对外商务活动愈加频繁，各种类型的国际商务谈判无时无刻不在进行，为国际贸易人才提供了良好的发展机遇。同时，当今世界经济格局正发生复杂深刻的变化，国际金融危机的深层次影响继续显现，世界经济缓慢复苏、发展分化，国际贸易面临的环境依然严峻，对国际贸易人才提出了新的挑战。

2013年，我国提出“一带一路”战略，带来更多的国际贸易新机遇和新动力。目前，“一带一路”沿线国家共有65个，其中大多数为新兴经济体和发展中国家，总人口约44亿，经济总量约达21万亿美元，分别占全球的63%和29%。“一带一路”战略的实施，需要大量的复合型国际贸易人才，而如何培养和拥有一大批国际化人才队伍，成为实施“一带一路”战略的关键。

鉴于此，传统的教学模式和方法已经很难适应时代发展的要求。我们编写本书就是为了在保持传统教材重视基础知识传授的基础上，力求吸纳和反映国际商务谈判领域的最新发展实践和应用技巧，突显本书的应用性和实践性。

本书是集体智慧的结晶。本书由庞辉任主编。赵亚南、纪红、赵奕等参与了本书的编写工作。本书的出版得到了清华大学出版社编辑施猛、王旭阳的大力支持和帮助。本书在写作过程中借鉴和参考了当前商务谈判领域众多专家、学者和实际工作人员的研究成果以及网络资源，在此表示衷心的感谢，恕不一一列举。

由于受到学术水平、时间等因素的制约，书中如有不当和疏漏之处，全体编写者敬请读者批评指正。反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。

编 者
2016年6月

目 录

第一章	国际商务谈判导论	1
第一节	国际商务谈判概述	1
一、	国际商务谈判的内涵	1
二、	国际商务谈判的特点	5
三、	国际商务谈判的构成要素	7
四、	国际商务谈判的原则	9
第二节	国际商务谈判类型	13
一、	按项目大小和参加人员的多少进行划分	13
二、	按谈判地点进行划分	14
三、	按谈判目的进行划分	16
四、	按谈判参与者的性质进行划分	17
五、	按谈判方采取的态度与方针进行划分	18
六、	按双方洽谈的方式进行划分	20
七、	按经济活动的主要内容和具体对象进行划分	22
第二章	国际商务谈判的基本理论与心理要素	24
第一节	国际商务谈判的基本理论	25
一、	需求层次论及其在国际商务谈判中的应用	25
二、	行为科学理论及其在国际商务谈判中的应用	30
三、	博弈论及其在国际商务谈判中的应用	32
第二节	谈判者心理在国际商务谈判中的应用	36
一、	国际商务谈判心理概述	36
二、	谈判中的态度	44
三、	谈判中的情感	47
四、	谈判中的心理挫折	49
第三章	国际商务谈判的人员	54
第一节	国际商务谈判人员的素质	54
一、	谈判人员的职业道德	55

二、谈判人员的业务素质	55
三、谈判人员的心理素质	59
第二节 国际商务谈判成员的构成	63
一、谈判人员规模的确 定	63
二、谈判人员的组成结构	64
第三节 国际商务谈判成员的选拔与分工	66
一、商务谈判人员的选拔	66
二、谈判组成人员的分工	67
第四章 国际商务谈判的准备阶段	69
第一节 国际商务谈判的信息收集	70
一、己方信息	70
二、对方信息	71
三、环境信息	74
四、市场信息	76
五、信息收集的方法和途径	78
第二节 国际商务谈判方案的制定	85
一、谈判方案概述	85
二、谈判方案的制定过程	85
三、谈判方案策划书的编写	91
第三节 国际商务谈判物质条件的准备	91
第四节 模拟谈判	96
一、模拟谈判概述	96
二、模拟谈判的方法	97
三、模拟谈判应注意的问题	98
第五章 国际商务谈判各阶段的策略	104
第一节 国际商务谈判策略概述	104
一、国际商务谈判策略的内涵	104
二、国际商务谈判策略的作用	106
三、制定商务谈判策略的步骤	107
第二节 开局阶段的策略	111
一、开局阶段的主要事务	111
二、开局阶段的主要策略	114
第三节 摸底阶段的策略	119
一、摸底阶段的主要任务	119
二、摸底阶段的主要策略	120
三、摸底阶段应注意的问题	124
第四节 报价阶段的策略	125

一、报价概述	125
二、报价阶段常用的策略	128
第五节 磋商阶段的策略	133
一、磋商阶段概述	133
二、磋商阶段的谈判策略	136
三、磋商阶段的让步策略	142
四、磋商阶段的拒绝策略	145
第六节 结束阶段的策略	146
一、结束阶段概述	146
二、国际商务合同(协议)的形式、构成与订立程序	149
三、签约阶段的策略	154
第七节 国际商务谈判常用的谋略	156
一、攻心战	157
二、蘑菇战	164
三、影子战	167
四、擒将战	175
第六章 国际商务谈判的礼仪	184
第一节 国际商务谈判礼仪概述	184
一、商务礼仪的含义与作用	184
二、商务谈判礼仪的原则	188
第二节 国际商务谈判中的日常交往礼仪	191
一、见面礼仪	191
二、名片礼仪	197
三、电话联系礼仪	198
第三节 国际商务谈判中的服饰礼仪	199
一、国际商务谈判服饰选择的原则	199
二、男士服饰	200
三、女士服饰	201
第四节 国际商务谈判中的言谈举止	203
一、举止礼仪	203
二、谈吐礼仪	205
第五节 国际商务谈判中的迎送礼仪	207
一、确定迎送规格	207
二、准确掌握来宾抵离的时间	207
三、迎送礼仪中的具体事项	208
第六节 国际商务谈判中的宴请与馈赠礼仪	210
一、国际商务谈判的宴会礼仪	210

二、国际商务谈判中馈赠礼品的礼仪	215
第七章 ◉ 国际商务谈判的技巧	221
第一节 国际商务谈判的语言沟通	221
一、国际商务谈判语言的种类	221
二、国际商务谈判语言的运用原则	223
第二节 国际商务谈判的语言沟通技巧	226
一、国际商务谈判中“听”的技巧	226
二、国际商务谈判中“问”的技巧	231
三、国际商务谈判中“叙”的技巧	236
四、国际商务谈判中“辩”的技巧	242
五、国际商务谈判中“答”的技巧	247
第三节 国际商务谈判的非语言沟通技巧	251
一、非语言沟通概述	252
二、非语言沟通的技巧	253
第八章 ◉ 世界主要地区的商业习惯与谈判风格	261
第一节 谈判风格概述	262
一、谈判风格的内涵	262
二、各国的商务风格	263
第二节 亚洲地区的商业习惯与谈判风格	263
一、东盟地区商人的商业习惯与谈判风格	263
二、东亚地区商人的商业习惯与谈判风格	269
第三节 欧洲地区的商业习惯与谈判风格	275
一、德国商人	275
二、法国商人	276
三、英国商人	278
四、意大利商人	279
五、俄罗斯商人	281
六、波兰商人	282
第四节 美洲地区的商业习惯与谈判风格	283
一、美国商人	283
二、加拿大商人	285
第五节 其他地区的商业习惯与谈判风格	285
一、阿拉伯国家商人	285
二、澳大利亚商人	287
三、非洲商人	288
附 录 ◉ 商务谈判常用词汇英汉对照表	290
◉ 参考文献	306

第一章

国际商务谈判导论

学习目标

通过本章学习，重点掌握国际商务谈判的内涵、特点、原则，了解不同类型国际商务谈判的特点。

导入案例

欧洲某公司委托A公司作为代理人与中国B公司就工程设备出口进行商务谈判。谈判过程中，A公司首先进行了报价，中方考虑到中国市场的竞争环境及B公司属于第一次进入该市场，认为其报价过高，提出让对方认真考虑修改价格。代理人针对其价格做出解释后拒绝降价，认为其委托人的价格是非常合理的。中方对B公司的条件又进行详细分析，代理人再做解释，谈判一天下来没有任何进展，一方仍要求降价，另一方坚持不降。中方认为代理人过于傲慢固执，代理人认为中方毫无购买诚意且没有理解力，双方相互埋怨之后，谈判失败。

问题：

1. 欧洲某公司的代理人进行的是哪类谈判？
2. 构成其谈判的因素有哪些？
3. 谈判是否能够成功？想要成功，欧洲某公司的代理人应如何谈判？

第一节 国际商务谈判概述

国际商务是跨国界的商业交易活动，主要在国际贸易和国际投资过程中产生，包括各种形式的商品、服务和资本的跨国经营活动。国际商务谈判伴随国际商务的产生而出现，有助于建立和改善国际商务，推动国际商务不断前行。

一、国际商务谈判的内涵

(一) 谈判的内涵

国际商务谈判是跨国界的商务谈判，而商务谈判是以谈判为基础的。因此，要了解国际商务谈判的内涵，首先要明确谈判及商务谈判的内涵。谈判的含义广泛，从不同的角度出发，对谈判有不同的理解方式。总体而言，谈判是指参与各方为达成某种需要，彼此之间开展信息交流和磋商协议，目的在于协调其相互之间的关系，从而获得或维护自身利益

的行为过程。从盘古开天辟地，到三皇五帝再到如今，凡是有人类生存的地方，就有谈判的存在。在生活中每个人几乎都在进行着各种各样的谈判：

孩子放学后想看动画片，家长却认为应该先写作业，两人各持己见；

毕业生找工作，与用人单位的人力资源部负责人讨论工作要求和待遇；

上街买菜的家庭主妇与商贩讨价还价；

出门旅行，丈夫想去苏州，妻子想去海南，两个人僵持不下。

世界谈判大师赫伯·寇恩说：“人生就是一大张谈判桌，不管喜不喜欢，你已经置身其中。”

谈判作为人类的一种行为，具有以下几个方面特点。

1. 谈判具有艺术性

谈判作为人们的一种直接交流活动，离不开沟通和磋商。谈判人员的综合素质、谈判能力、经历、心理状态、感情等因素对谈判的过程和结果具有显著影响，导致谈判结果难以预测和全部把控。同样的谈判内容、环境和条件，不同的人、不同的谈判方法、不同的语言风格，都会导致最终结果不同。因此，谈判过程具有艺术性。

2. 谈判结果具有不确定性

谈判各方所得利益的确定，取决于谈判各方的实力和谈判的艺术与技巧。在谈判开始之前人们无法准确预料谈判结果到底是什么样的，只能根据各方条件预估最后可能得到的利益。特定环境下，得到多少利益，完全取决于实际谈判中，谈判各方的谈判实力与谈判的技术技巧。因此，谈判结果具有不确定性。

3. 谈判具有科学性

谈判是谈判各方协调彼此之间的利益关系、满足自身需要并最终达成一致意见的一种行为和过程，谈判方必须以理性的思维对所涉及的问题进行系统的研究分析，除了要运用大量的科学数据作为分析依据，还要研究各谈判方具有的谈判实力和可能采用的谈判策略，预估其他谈判方对各种谈判手法的应对策略。谈判实力是指谈判方在谈判过程中相对于对方的某种优势。这种实力只有在相互关联的各方之间才会发挥作用。谈判者之所以要增强实力，最基本的原因就是它可以给予谈判者相对优势或平衡。

4. 谈判具有灵活性

在谈判过程中谈判双方面对面进行交流，你一言我一语，谈判人员要快速做出反应，根本没有从容酝酿、仔细推敲语言的时间。尽管谈判各方在谈判前都会收集各种资料，进行充分准备，针对不同情况制定若干对策，但是，因为谁也不能事先知道谈判对手的策略和临场应变情况，所以任何一方都不可能事先设计好谈判中的每句话，具体的言语应对仍需谈判者临场组织，随机应变。

案例1-1

一席话胜过雄兵百万

“三寸不烂之舌，胜过雄师百万”。(齐国晏子使楚)

《新序：杂事篇》中有这样一个故事：秦国和魏国结成军事同盟，当齐楚联合犯魏国的时候，魏王深感寡不敌众屡次向秦王求救，可是，秦王老是按兵不动，魏王急得像热锅

上的蚂蚁。魏王官兵束手待毙的危急关头，魏国有位年过九旬、须发银白、名叫唐且的老人，自告奋勇对魏王说：“老朽请求前去说服秦王，让他在我回国之前就出兵。”魏王喜出望外，立即派车马送他出使秦国。

唐且拜见秦王，秦王说：“老人家竟然糊涂到了这种地步！何苦白跑一趟呢？魏王多次请求救兵，我已经知道贵国危在旦夕！”唐且说：“大王既然知道魏国燃眉之急，而不肯出兵相救，这不是秦王的过错，而是您手下谋臣的失策。”秦王不禁为之一振，忙问：“万全之策，何以有之？”

唐且说：“在实力上，魏国拥有万辆战车；在地理上，是秦国的天然屏障；在军事上，跟秦国同盟；在礼仪上，定期到秦国互访，魏国和秦国已经情同手足了。现在齐楚联军兵临城下，大王的后援却没有到。魏王急不可耐，只好割地求和，跟齐楚订立城下之盟。到那时，虽然想救魏国，也来不及了。这样秦国就失去了万辆战车的盟友，而增强了齐楚劲敌的实力。这难道不是大王您的谋臣们的失策吗？”

秦王听了恍然大悟，立刻发兵救魏，齐楚联军得到情报后，撤兵而去。

唐且的一席话，收到了“一箭三雕”的功效：一是奠定了秦国出兵救魏的基础，二是吓退了齐楚联军的进犯，三是解除了魏国兵临城下的危难。短短一席话，字字珠玑，层层递进，真是“三寸不烂之舌，胜过雄师百万”。

资料来源：张国良. 商务谈判与沟通[M]. 北京：机械工业出版社，2015.

(二) 商务谈判和国际商务谈判

1. 商务谈判(Business Negotiation)

商务谈判是企业之间在经济活动中为了满足贸易需求，围绕标的物的交易条件，通过交流和磋商而确定双方商务往来关系的行为过程。这是在市场经济条件下最普遍的活动之一，主要集中在经济领域。商务谈判的对象可以是实物(有形财富)，也可以是无形物(无形财富)。商务谈判是在商品经济条件下发展起来的，当各方有共同的利益和分歧之处并且愿意采取一定的行动解决问题，就会产生商务谈判。在一定程度上，没有商务谈判，经济活动就很难进行。

商务谈判不同于其他谈判，这种区别主要体现在以下几点。

(1) 商务谈判的主要目的是获得经济利益。不同类型的谈判目的是不同的，如外交谈判主要涉及国家利益，军事谈判主要是敌对双方的安全利益，而商务谈判的目的是获取经济上的利益。虽然在谈判的各个环节，谈判者可以调动和运用各种因素，有时可以利用非经济的因素来影响谈判，但谈判的最终目的仍然是获取经济利益。谈判者必须时刻注意谈判的成本和效率如何，考虑效益的问题。事实上，经济效益是评价一场商务谈判是否成功的主要指标，不讲求经济效益的商务谈判，其谈判本身就失去了价值和意义。

(2) 商务谈判主要以价格为谈判的核心。在所有的商务谈判中，谈判者的需求和利益可能表现在诸多方面，但价格最直接标明了谈判双方的利益，价格的谈判在商务谈判中占据重要地位。谈判双方在其他利益因素上的得与失，拥有的多与少，在很多情况下都可以

折算为一定的价格，通过价格的升降而得到体现。比如从质量因素来讲，一斤一等品的草莓售价30元，而同样重量的二等品草莓则售价为20元，这个差价就把质量差折算出来了。从数量因素来看，买一斤草莓30元钱，而购买4斤草莓的总价却为100元。这种价格差就把数量差折算出来了。当然，并非在任何时候、任何情况下都能够进行这样的折算，即谈判者并不一定都能接受这种折算。在商务谈判中，既要坚持以价格为核心，也不能仅仅限制于价格，可以另辟蹊径，从其他因素上为己方争取利益。

(3) 商务谈判受到环境约束。商务谈判中的谈判过程、谈判内容乃至谈判结果都受到外部环境的影响。无论是政治环境、法律环境，还是社会环境都会制约商务谈判的沟通和交流，而经济环境中的供需变化、竞争情况对商务谈判的约束更强。因此，谈判者不仅要掌握商务知识、谈判技巧，还要了解政策、法规、社会文化等方面的常识，以应对谈判中可能出现的问题。

(4) 商务谈判双方都可获得利益。商务活动的当事人之间是完全独立的关系，在谈判地位上是平等的，通过谈判，双方都可以从中获得利益。但由于谈判双方的谈判实力不同，例如企业规模大小、对谈判环境的了解程度、谈判人员的谈判技巧和临场应变等，谈判利益的享有可能会存在差别。

案例1-2

保险谈判

美国一位著名的谈判专家有一次替他的邻居与保险公司交涉赔偿事宜，谈判是在专家的客厅里进行的，双方就保险理赔金额展开了谈判。谈判开始时，理赔员先发表了意见：“先生，我们都知道你是交涉专家，一向都是针对巨额款项谈判，恐怕我方无法承受你的报价，我们公司只出100美元的赔偿金，你看如何？”

专家表情严肃地沉默着，据以往经验，不论对方提出的条件如何都应表示出不满，因为当对方提出第一个条件后，总是暗示着可以提出第二个，甚至更多条件。

果然，理赔员沉不住气了：“抱歉，请勿介意我刚才的提议，我再加一点儿，200美元如何？”

“抱歉，无法接受。”

理赔员继续说：“好吧，那么300美元如何？”

专家沉吟了一会儿道：“300？嗯……我不知道。”

理赔员显得有点惊慌了，他说：“好吧，400美元，这在以往的赔偿金额中算很高的了。”

“400？嗯……我不知道。”

“那就500美元好了！真的不能再高了。”

“500？嗯……我不知道。”“这样吧，我们最多出到600美元。”

专家无疑又用了“嗯……我不知道。”谈判在继续进行着。最后这桩理赔案终于以950美元的赔偿金额达成协议，然而邻居原本只希望得到300美元！

资料来源：王爱国，高中玫. 商务谈判与沟通[M]. 北京：中国经济出版社，2008.

谈判是一项双方的交涉活动，每一方都在捕捉对方的反应，以确定自己的谈判方案。这个过程中，注意谈判的语言技巧显得尤为重要。理赔员本来想先发制人，在恭维对方的同时直接抛出自己的报价，占据谈判的主动权。但谈判专家始终以不变应万变，一句“嗯……我不知道”高深莫测，让对方始终猜不出底线。谈判专家和理赔员的一问一答其实都是在试探对方，这是双方博弈的一个过程。理赔员看似牢牢地掌握着报价的主动权，但其实他的每一次报价都是试探性的，谈判专家深谙理赔员这种不确定的心理，变被动为主动，步步为营，直到大获全胜。

2. 国际商务谈判

国际商务谈判是从全球的角度来讲的，是指在国际商务活动中，处于不同国家或不同地区的商务活动当事人为了达成某笔交易，彼此通过信息交流，就交易的各项要件进行协商的行为过程。国际商务谈判是国际商务活动的重要构成，也是国内商务谈判的延伸和发展。国际商务谈判普遍存在于涉外经济贸易合作中，是确定不同国家和地区谈判主体之间的经济利益关系的重要手段之一。谈判的主体可能是政府，也可能是企业和公民。

案例1-3

在某次交易会上，我国外贸部门与一客商洽谈出口业务。在第一轮谈判中，客商采用各种招数来摸我们的底，罗列过时行情，故意压低购货的数量。我方立即中止谈判，搜集相关的情报，了解到日本一家同类厂商发生重大事故停产，又了解到该产品可能有新用途，仔细分析了这些情报以后，继续开始谈判。我方根据掌握的情报后发制人，告诉对方：我方的货源不多；产品的需求很大；日本厂商不能供货。对方立刻意识到我方对这场交易背景的了解程度，甘拜下风，在经过一些小的交涉之后，乖乖就范，接受了我方的价格，购买了大量产品。

资料来源：汤海滨. 商务谈判[M]. 北京：清华大学出版社，2015.

二、国际商务谈判的特点

国际商务谈判既具有一般商务谈判的特征，又具有其特殊性。一般贸易谈判都是以经济利益为谈判目的，以价格作为谈判的核心，而国际商务谈判则具有以下几个特点。

(一) 国际商务谈判具有较强的政策性

国际商务谈判既是一笔交易的商洽，也是一项国际交往活动，具有较强的政策性，受政治影响明显。由于谈判双方的商务关系是两国或两个地区之间整体经济关系的一部分，常常涉及两国之间的政治关系和外交关系。在国际商务谈判中，当事人往往会面临一个以上国家的法律、政策和政治权利等方面的问题，不同国家的法律和政策可能是不一致的，甚至彼此相悖，因此国际商务谈判存在政治和政策上的风险。国际商务谈判要求谈判者必须掌握本国和别国所执行的有关方针政策和外交政策，以及执行对外经济贸易的一系列法律和规则制度，以免在谈判中违反相关法律法规。

案例1-4**华为公司海外并购谈判受阻的政治原因**

2010年5月,我国华为公司拟以200万美元收购美国旧金山湾区技术开发商服务器技术公司3Leaf Systems的部分资产。2010年11月,美国国防部要求华为公司补交资料以供审查。2011年2月11日,负责审查交易的美国外国投资委员会做出决定,不同意华为收购这家科技公司。由于美国政府的干扰,2011年2月,华为公司不得不宣布放弃对3Leaf Systems特定资产的收购。尽管华为公司是100%的员工持股,与政府没有任何关联,但美方的5位议员却说,华为与中国军方有密切关系,并得到中国政府的财务支持,因为华为创始人任正非曾在中国人民解放军担任军官。他们还声称华为公司给美国国家安全带来了风险,这家电信设备生产商收购美国技术公司的尝试应当接受严密审查。正是由于美国政府的干扰,华为一直很难在美国立足,其他并购也受到一些政府官员的阻挠,理由是中国军方可能会利用华为的设备破坏或截获美国的通信。虽然华为公司在2001年就设立了北美总部,但在美国市场上始终未能取得电信设备方面较大市场份额的突破,其原因很大程度上就是因为美国的“国家安全”问题壁垒。不仅在美国,在许多国家华为公司的经营活动也受到政治原因的干扰。

华为公司的案例说明美欧等国常常将政治问题与经济问题联系在一起所营造的政治环境是我国企业在国际经济活动中不得不面对的现实。这也说明政治环境对于企业谈判结果的影响甚至超过其他影响的总和。

资料来源:白远.国际商务谈判——理论与实务[M].北京:机械工业出版社,2013.

(二) 国际商务谈判需要遵循国际惯例

国际商务谈判是跨国性的,谈判过程一定会涉及国际贸易、国际结算、国际保险、国际运输等一系列问题,而不同国家之间无论是法律、政策还是商业习惯等方面都存在差异。所以,在国际商务谈判中必须要遵循国际商法和国际惯例,要求谈判人员要熟悉掌握各种国际惯例和国际法。

(三) 国际商务谈判具有文化差异性

由于国际商务谈判的谈判者代表了不同国家和地区的利益,谈判双方来自不同的国家和地区,具有不同的社会文化和政治经济背景,人们的价值观、思维方式、道德观、行为方式、语言表达及风俗习惯各不相同。谈判者文化的差异必然导致谈判过程错综复杂,情况千变万化。因此,要求谈判者不能生搬硬套国内固定的文化模式,要注重了解和掌握他国的宗教文化、社会风俗等,在谈判中要尽可能协调双方在文化风俗等方面存在的差异。

(四) 国际商务谈判的影响因素众多

由于国际商务谈判是跨国家的商务活动,谈判各方的经济利益受到政治、经济、文化、社会等多方面因素的影响。同时,由于国际商务谈判的主体是人,谈判结果会受到谈判者素质、个性、知识、文化、经验等主观因素的制约。国际商务谈判的风险因素较多,

在国际商务谈判中，除了要面对运输风险、价格风险、商业信用风险以外，还不能忽视安全风险和外汇风险等。所以进行国际商务谈判准备工作时，必须调查清楚对方的资信情况和经营能力，时刻关注相关市场的变化情况、外汇市场走势以及国际政治经济环境的变化，并综合考虑对方国家(地区)与中国的经济贸易以及政治关系，以便在谈判过程中选用合适的策略，做出正确的决策。

三、国际商务谈判的构成要素

国际商务谈判是对外经济贸易活动中普遍存在的一项经济活动，处于不同国家或地区的商务活动当事人为了实现自身利益，通过交流、沟通、协商等方式，在自愿、平等、有利的条件下达成交易目的。国际商务谈判伴随商务活动的出现而出现，由以下几种要素构成。

1. 谈判主体

商务谈判活动要有一定的主体，即参与谈判活动的当事人。没有谈判当事人就没有谈判，当事人是谈判形成的原动力。谈判的主体可以是双方，也可以是多方。作为谈判一方的谈判主体，可以只有一个人，也可以是若干人组成的团队。团队中往往有不同的分工。在商务谈判中，分工既要求每个谈判参与者在谈判中拥有地位与专业的权威，也要受到某种约束。同时，分工也应充分发挥与尊重每个参与者的特长。

2. 谈判议题

商务谈判活动必须要有议题，即谈判需商议的具体商务问题，谈判的议题不是凭空拟定或单方面的意愿，谈判议题是谈判的起因、内容和目的并决定当事各方参与谈判的人员组成及其策略，它必须是当事人共同关心的、与各方利益有某种程度联系的提案、盟约、交易、观点或事物。没有议题，谈判显然无从开始和无法进行。商务谈判的议题按其涉及的内容，可以包括商品的质量、数量、价格、包装、运输、交货的时间地点与方式、支付方式、保险、检验、不可抗力、售后服务、索赔与诉讼等。

3. 谈判环境

谈判环境是进行商务谈判的客观条件。任何商务谈判都不可能孤立地进行，必定会处在一定的客观条件之下并受其影响。因此，谈判环境对商务谈判的产生、过程、结果均有重要的影响，是谈判不可忽视的要件。商务谈判环境主要包括政治环境、经济环境、地理环境、人口环境、技术环境和文化环境等客观环境因素。

案例1-5

一场“浑身湿透”的海外谈判

纬度接近赤道的吉隆坡，6月的室外犹如铁板烧，让人有种要被烤化了的感觉。而此时，马来西亚最大的建筑巨头金务大公司的谈判室里，冷气逼人。一场关系十几亿项目的谈判即将开始。

为提升吉隆坡的城市形象，缓解交通压力，马来西亚政府于2010年批准兴建“大吉隆

坡”的城市捷运项目计划。在政府组织的工程竞标中，38家世界各国的工程公司投标，最终，总承包商金务大公司选择了中国中铁，为此，双方进行了两年的磋商、交流。

此次，谈判进入最关键、最重要的阶段——确定合作模式。谈判的结果，不仅关系到中方能否拿下项目，而且对中国公司在马来西亚市场的下一步发展也至关重要。

金务大公司聘请了10多位来自欧美、中国香港、新加坡的顶尖职业经理人、谈判专家，他们在商务合同的管理、识别和把控上有着高超的水平和丰富的经验。而中方公司负责此次谈判的，却是一位看上去和善、胖乎乎的小伙子，他叫汪佑平，是中国中铁马来西亚公司的副总经理，年仅31岁。

2012年6月2日的这天早上，汪佑平和两位同事，面对一群西方国际工程商务专家，坚定而自信地坐进了对手的包围圈。

谈判伊始，金务大公司的谈判代表率先发言，阐述了自己的立场，表达想用分包的模式来运作MRT项目(大规模快运系统)，且合同价格采用实际工程量来结算的方式。如果中国中铁不能满足他们的条件，还有其他企业在等着合作，如日本三井公司、韩国大宇公司。

球踢了过来，大家在等着汪佑平接招。

与在座的谈判对手相比，汪佑平最年轻，虽然已经在海外工作了10年，但看上去，他的面貌仍然显得有些稚嫩。

10年前，我国加入世界贸易组织，中国企业开始尝试“走出去”，汪佑平跟随中国中铁的国际化战略的脚步只身来到马来西亚，并先后辗转新加坡、印度尼西亚、泰国及中东等地。

初到海外开辟市场，完全不是他想象中的样子。办公室只有几平方米，在炎热的高温中奔波一整天，回到住处，却又小又旧……背井离乡、困难重重、收入不高，同事纷纷离职，只剩下汪佑平和其他两位同事留了下来。

就在这种环境下，作为印尼南苏门答腊煤炭运输项目前期营销和商务负责人，他主持了与印尼方的商务谈判、合同协商及项目建议书的编制工作，逐渐挑起了海外商务谈判的重担。

2010年，他负责中国中铁与印尼巴克塔山泛太平洋铁路公司签订了有关煤炭运输项目的合同，合同总额约48亿美元。相比这个数目更值得一提的是，该项目的合同模式采用了设计、建设、运营一体化的DBO模式。

这种模式在中国中铁的海外项目中还是第一次应用，不仅展现了企业的管理能力，更标志着中国铁路技术的规范和标准第一次进入印尼，对推动中国铁路技术规范和标准进入东南亚铁路市场具有里程碑意义。

如今，早已深谙国际工程合同玄机的汪佑平明白，此次金务大公司前期自定设计工程量，固定工程总价，并计划在随后的实施过程中优化设计，目的是要实现其超额的利润。

沉默片刻，汪佑平从座位上缓缓地站了起来。他推了推鼻梁上的眼镜，用故作轻松的语气，问了对手一个似乎与项目无关的问题：“我们是什么关系？”

对方有些出乎意料，眼睛齐刷刷地看着汪佑平。

“我们是你们的分包商吗？”汪佑平继续发问。

对方还是摸不着头脑，犹豫了一下答道：“不是。”

汪佑平进入主题，他开始说道：“是的，我们不是你们的分包商，我们是合作伙伴，寻求的是互利共赢。我们认为，采用一笔总价合同对双方都有好处，既可以锁定金务大的风险，同时也可发挥我方设计施工集成优势，为项目最终成功实施提供保障，谈判应该在这个前提下再讨论其他条款。”

顿了一顿，汪佑平说：“如果按照你们提出的分包方式，那就没有必要谈了！”

中方的坚决态度，让谈判的气氛骤然升温。

围绕着项目合同的确定，双方各自拿出测算的数据和图表。

两个多小时过去了，金务大公司代表提议稍事休息，于是双方都站了起来，但谁也没有离开谈判室，而是自然而然地走到一起，围成一个个小圈子继续情不自禁地谈起来，一谈又是两个小时。

7月12日，距离上次谈判有40天，金务大公司将MRT地下工程A标段，以“背靠背”（总承包商金务大将与业主签订的该部分合同责任和义务，平行地转移给承包商）合同方式，授予中国中铁马来西亚公司，合同总额9亿马币（约合人民币18亿元），为企业赢得了巨大利益。

而选择了分包和以实际工程量计算方式参与该项工程的其他企业，最终，合同从最初签订的近4亿马币缩水到只剩下1.5亿马币。

该项目不仅是中国中铁承建的第一个海外城市地铁工程，也是第一次承建海外的集工程设计、采购和工程建造总承包(EPC)的综合性地铁工程。

中标后，汪佑平再次主动出击，说服业主和总承包商购买了两台具有自主知识产权的中国中铁装备生产的盾构机，实现了中国盾构机走向海外零的突破。

回忆这场谈判，汪佑平说：“谈判时，我心脏紧张得几乎要停跳！从谈判桌下来后，浑身都湿透了……如果这次谈崩了，那就意味着两年多的奋斗前功尽弃。不过，总算挺过来了！”

资料来源：一场“浑身湿透”的海外谈判[N]. 工人日报，2014-06-03.

四、国际商务谈判的原则

任何一项国际商务谈判，都是在特定的环境和条件下进行的，需要谈判双方共同努力去磋商解决问题。要想取得较好的谈判结果，达成谈判目标，就要遵循谈判活动的内在规律，商务谈判原则就是这些规律的体现。国际商务谈判的原则，是指在国际商务谈判中谈判各方用来指导实现谈判目标，制定和使用谈判策略，引导谈判方向的指导思想和基本准则，是商务谈判活动内在、必然的行为规范。

案例1-6

20世纪70年代末，可口可乐公司和百事可乐公司先后与印度政府谈判，想到该国设厂，扩大饮料生产和销售。谈判初期，印度政府出于对本国饮料工业的保护，拒绝它们进

入。谈判陷入僵局。但是上述两家美国饮料公司并未气馁，继续寻机与印度政府谈判。后来印度政府提出：如果想进入印度市场，必须规定今后生产的产品要有相当的份额出口到其他国家，而且要接受印度政府的监督，使用当地的原料，雇佣当地的劳动力，按印度的有关规定汇出利润……这样就出现了又一个僵持的局面。要在过去，看到这些苛刻的规定，百事可乐公司很可能一走了之。但是现在它却一改高傲的态度，抢在可口可乐公司前面向印度政府提出了三项保证：

(1) 百事可乐公司无论是在印度开设分厂，还是合资企业，保证就地取材，每年按比例收购11万吨水果和蔬菜(其中8万吨用于饮料生产)、2.5万吨土豆(用以加工成炸土豆片)、5000吨粮食(用以加工成其他产品)；

(2) 百事可乐公司开设的分厂，将全部雇佣当地工人或农民。如允许工厂扩大规模，则相应增加劳动力的雇佣；

(3) 百事可乐公司在印度兴办的饮料和食品加工厂50%的产品将出口外销。

这一系列保证有利于印度农副产品的销售，并能增加印度的就业机会，提高印度职工的技术水平和管理能力，促进印度国民经济的发展，从而满足经济相当落后、刚刚实行开放、困难很多的印度的需求。从表面上看，百事可乐公司让步太多，但是从深层次看，百事可乐公司从此不仅打入印度这个蕴藏巨大潜力的饮料市场，而且能向印度输入自己的特有技术，能利用印度的廉价劳动力和原料生产产品向印度及其周边国家销售，并在印度人心目中建立起一个慷慨无私、互利合作的世界性公司的形象，在与可口可乐公司的竞争中赢得了一个新的筹码，从而在印度这块饮料市场阵地上成为一个无与伦比的主动竞争者。

资料来源：龚荒. 商务谈判与沟通：理论、技巧、实务[M]. 北京：人民邮电出版社，高等教育分社，2014.

国际商务谈判是一种原则性很强的经济活动，了解商务谈判的原则，对于我们合理规划谈判，正确引导谈判发展，最终争取谈判的胜利，是非常必要的。

(一) 平等互利原则

国际商务谈判是一项互惠的经济合作活动。在国际商务谈判中的平等互利，是指公司不分大小，在经贸合作中应当一律平等，应根据双方的需要和要求，按照公平合理的条件，互通有无，使双方都有利可得，以促进各自的业务发展。在任何一项商务谈判中，谈判双方都是独立的利益主体，为了某些共同的需要而走到一起，谈判双方相互合作，共同推动谈判的进行，在相互关系中处于平等的地位，不论客户大小都要平等对待、一视同仁。谈判结果是谈判方在平等自愿的基础上根据双方的需要与可能，共同协商决定，不能取决于某一方的主观意愿，不能强人所难，如果谈判的某一方只考虑自己的利益，只想达成自己的需求，那么，这种谈判就缺乏最起码的基础，最终也不能取得理想的结果。谈判所取得的结果应该对双方都有利。需要注意的是，互利并不是说双方从谈判中获取的利益是均等的。在谈判过程中，任何一方都有权要求对方做出某些让步，但让步的幅度在不同的谈判方又可以是不相等的。

(二) 合作共赢原则

国际商务谈判的成功与否在很大程度上取决于能不能把谈判双方的共同利益扩大。在国际商务交往中，国际商务谈判一直被视为一种合作或为合作而进行的打基础的工作。谈判双方应遵守合作共赢原则，通过双方的努力来降低成本和减少风险，努力扩大双方的共同利益，然后再讨论和确定各自分享的比例，实现“共赢”。不能把谈判对方看作对手，在谈判中造成我赢你输的结果；不仅要从自身的角度思考合作，还应站在对方的角度考虑问题，那么在国际商务活动中就能通过谈判赢得合同或合作。在国际商务活动中会经常出现分歧和问题，关键是如何采用有效的手段来化解这些问题。第一，尽量扩大总体利益，在谈判开始时不能急于去“分蛋糕”，而要通过不断努力，争取将“蛋糕”做大，使双方的共同利益得到增长，这种思路有助于形成良好的谈判氛围，促进谈判顺利开展。第二，营造一个公开、公平、公正的局面。通过扩大自己的选择余地，避免伙伴选择单一，出现“在一棵树上吊死”的现象，从而在谈判中获得有利地位，打破垄断，避免陷入被动局面。例如，我国东北某企业打算引进一条新的流水线，企业技术部门和采购部门制作了相应的规划方案并进行招标。4个国家的10余家企业前来投标，并且提供了各自的解决方案。我方企业在这些方案中了解到许多先进技术，原有规划方案经过修改后变得更加完善。可见，公开、公平、公正的局面能为谈判带来最公平合理的价格与最合适的合作伙伴。第三，积极消除分歧和问题，在谈判中，双方经常由于对同一问题的期望的差异而导致谈判进程受阻，应采取灵活的态度尽量解决问题，确保目标实现，走向共赢。

案例1-7

有一个水电工程项目，中方业主争取到一笔数额很大的优惠贷款。业主针对水电设备采购选择供货厂商时，为了便于统一标准以利于评估，按照国际惯例，同意由各国厂商用信用证支付方式报价，最后T公司中标。当要签署供货合同时，业主内部就付款方式产生了分歧。通常情况下，利用这类国外贷款我方都是以托收方式付款的。因为采用信用证方式付款，我方没有审单权，风险较大，另外开立信用证要支付较高的开证费。T公司对此表示强烈的反对，提出原来的报价是基于信用证方式付款计算的。如果中方一定要改为托收方式，则合同价格要增加110万美元。T公司如果以托收方式收款，其间隔时间比采用信用证方式收款要长10天左右，即T公司每次收款从提交收据到实际收到货款都要比托收方式长10天左右，这就意味着要多占用其资金10天，就是说它要承担相当于向银行借款10天所需付利息的资本成本。整个供货合同分8次付款，则累计起来中标者差不多要多承担110万美元的银行利息。我方业主为此请教了银行专家，设法做到开立信用证的费用与托收方式支付银行的费用相近。同时为了减少风险，中方业主已与供货商商定，并得到双方开户银行的确认，有关信用证方面的条款将确保把真正的支付地点放在中国。在这样的条件下，中方业主内部很快统一了思想，一致同意采用信用证方式向中标厂商付款，由此加快了向外方的付款时间，避免了外方所需承担的额外费用，同时又使我方避免了因合同价格

提高而带来的损失。

资料来源：潘马琳. 商务谈判实务[M]. 北京：清华大学出版社，北京交通大学出版社. 2012.

(三) 依法办事原则

国际商务谈判必须依法办事，即在商务谈判及合同签订的过程中，必须遵守相关的法律法规，不仅要遵循谈判各方所在国家的法律法规，还要遵守国际法和国际惯例。整个谈判都是在法律环境下进行的，首先，谈判主体要合法，即谈判参与的各方组织及其谈判人员具有合法的资格；其次，谈判标的要合法，谈判所要磋商的交易项目具有合法性；再次，谈判方式合法，即应通过公正、公平、公开的手段达到谈判目的，而不能采用某些不正当的，如行贿受贿、暴力威胁等手段来达到谈判目的。基于此，谈判最终签署的各种文件才具有法律效力。谈判当事人的发言，特别是书面文字，一定要符合法律的规定和要求。一切语言、文字应具有双方一致承认的明确的合法内涵。必要时应对用语给以具体明确的解释，写入协议文件，以免因解释条款的分歧，导致签约后在执行过程中发生争议。

(四) 灵活机动原则

从现有国际经济合作的项目谈判来看，通常谈判的项目越大，谈判难度就越大，谈判具有很强的随机性，因为它受到诸多因素的制约，其变数很多。所以，只有在谈判中遵循灵活机动原则，随机应变，灵活应对，加以变通，才能提高谈判成功的概率。所谓灵活机动原则是指谈判者在把握己方最低利益目标的基础上，为了使谈判协议得以签署而考虑多种途径、多种方法、多种方式灵活地加以处理。这就要求，谈判者能够运筹帷幄，高瞻远瞩，能够针对谈判内容的关键程度，决定谈判的层次和顺序，如果在谈判过程中遇到己方没有预先料到的问题，能够及时做出反应，灵活运用多种谈判技巧，以适应谈判场上的变化，避免谈判陷入僵局或破裂。

(五) 善于妥协原则

在国际商务谈判中，善于妥协是达到成功的必然选择，根据多个国际知名谈判家的经验，关键是妥协要有价值，即一方的妥协一定要能换取对方的让步，这就是善于妥协，而不要无代价的让步。在我国改革开放不断加深的过程中，由于我国的法律法规尚不健全，原有的体制上的问题和政策、规定也不完全符合国际惯例的做法，为此经常使我国与国外厂商的某些商务谈判陷入僵局。在这种情况下，我们要积极地、创造性地开展工作，提出建设性的方案，有时可以做出一些必要的让步，以求获得更多有利的条件和发展机会。这样做是必要的，也是明智的选择。

案例1-8

朱总理入世谈判的出其不意

中国与美国进行入世谈判时，朱镕基总理亲自出马参与谈判，使几近破裂的谈判最终达成协议。龙永图副部长对此有生动的回忆。他回忆说：“1999年11月15日，当中美入

世谈判几乎再次面临破裂之时，朱总理亲自出面，把最棘手的七个问题找出来要亲自与美方进行谈判。当时，石部长担心总理出面谈，一旦谈不好就没有回旋余地，不赞成总理出面。总理最终说服了我们。最后，我方决定，由朱镕基总理、钱其琛副总理、吴仪国务委员、石广生部长和龙永图共五位代表，与美方三位代表谈判。”

“谈判刚开始，朱总理就对七个问题中的第一个问题做了让步。当时，我有些担心，悄悄地给总理写条子。朱总理没有看条子，又把第二个问题拿出来，又做了让步。我又担心了，又给朱总理写了条子。朱总理回过头来对我说：‘不要再写条子了！’然后总理对美方谈判代表说：‘涉及的七个问题，我已经对两个问题做了让步，这是我们最大的让步。’美国代表对总理亲自出面参与感到愕然，他们经过商量，终于同意与中方达成入世谈判协议。”

1999年11月15日，中美双方在就中国加入世界贸易组织的谈判达成一致，中国谈判代表与美国贸易谈判首席代表巴尔舍夫斯基签署协议并交换文本。中国与美国谈判成功，为中国入世扫除了重大壁垒。2001年11月10日，世界贸易组织第四届部长级会议在卡塔尔首都多哈以全体协商一致的方式，审议并通过了中国加入世界贸易组织的决定。

资料来源：http://www.chinadmd.com/file/crtxuzrwp166r6rz3iextots_3.html

在国际商务谈判中并不是为了达成合作任何事情都可以妥协退让。在原则性的问题上决不能退让分毫。但是，在一些非原则性的问题上，如果有可以退让的空间，可以在适当的时候做出让步。谈判者应该事先做足功课，做到知己知彼，事前就考虑好可以妥协的点，从而在谈判过程中做到有的放矢。

第二节 国际商务谈判类型

按照谈判性质、目的、地点的差异，国际商务谈判可划分为不同类型，谈判各方在进行谈判前，要明确谈判类型，以便合理开展准备工作，如计划工作量、谈判各阶段可采用的策略和技巧等。谈判类型的恰当确认是谈判成功的基石，国际商务谈判类型可按照以下标准进行划分。

一、按项目大小和参加人员的多少进行划分

1. 按照参与人员规模进行划分

根据参加谈判的人员规模，可以将国际商务谈判划分为个体谈判与集体谈判。个体谈判的双方都仅有一个人参加，一对一地进行磋商；集体谈判的双方都有两个或两个以上的人员参加谈判。当然，在集体谈判中双方参加谈判的人数并不一定要完全相同。谈判人员规模主要由谈判项目的大小和复杂程度决定。大型项目关系重大、情况复杂，会涉及多个

部门或多个环节，因此需要参与谈判的人数较多；小项目涉及的内容相对简单，涉及的人员就会大大减少。

谈判人员的选择会根据谈判类型有所差别。例如，进行个体谈判时，选择的谈判人员必须是全能型的，因为在谈判中只有他一个人独立应付全局，很难得到他人的帮助，所以他需要同时具备完成此项谈判所涉及的贸易、金融、技术、法律等各领域知识，熟练掌握谈判技巧和策略，能够凭借自己丰富的谈判经验，对谈判过程中的各种信息加以分析并迅速做出应对，把控谈判行为的发展趋势。在进行集体谈判时，可以选择一专多能型的谈判人员，他们各司其职、分工明确，有主谈人，也有辅谈人；有金融、贸易、技术和法律等方面的专家，也有专职的翻译；密切配合，取长补短，构成一个结构合理、储备全面的谈判团队。与集体谈判相比，个体谈判可以在谈判过程中及时将自己的谈判设想融入具体的谈判行为，避免集体谈判时内部意见不统一、协调困难的问题。集体谈判则能够充分发挥每位谈判人员的特长，形成整体耦合的优势，更大程度上发挥集体协作的力量。

2. 按照谈判利益主体数量进行划分

根据参加谈判的利益主体的数量，可以将国际商务谈判划分为双边谈判和多边谈判。双边谈判是指只有两个利益主体参加的谈判。多边谈判是指有两个以上的利益主体参加的谈判。在这里，利益主体实际上是指谈判行为主体，可以是自然人，也可以是法人组织。需要注意的是，在双边谈判中不能认为只有两个代表参加谈判，这是因为某一谈判方可能由多个谈判代表组成。例如，东盟与中国(10+1)的谈判是双边谈判，但是东盟方由东盟10国的代表组成。

无论谈判是由双方还是由多方参与，谈判各方都必然存在特定的利益关系。通常情况下，双边谈判的利益关系比较明确，协调起来相对简单，比较容易达成一致意见。相对而言，多方谈判的利益关系则要复杂得多，各利益主体追求的谈判目标存在差别，协调起来困难较大。比如，在建立中外合资企业的谈判中，如果中方是一家企业，外方也是一家企业，两家企业之间的意见就比较容易协调。如果中方有几家企业，外方也有几家企业，谈判将比前者困难得多。这是因为无论是中方企业之间还是外方企业之间都存在利益冲突，必须先由谈判方内部协商达成一致后，才能在中外企业之间进行协商谈判。最终形成的协议必须兼顾每个谈判方的利益，使参与谈判的各个企业都能得到相应的利益和满足，因此导致整个谈判过程错综复杂。

二、按谈判地点进行划分

依据谈判的地点可以将国际商务谈判分为主场谈判、客场谈判、主客场轮流谈判或中立地谈判。

主场谈判也称主座谈判，是指对谈判的某一方而言，国际商务谈判是在自己一方的所在地进行的，该方是东道主。客场谈判是指在谈判对手所在地进行的国际商务谈判。主客场轮流谈判是指在同一项国际商务活动中，谈判地点在主客场之间轮换的谈判。如果双方

不愿意采取主客场的方式，在双方认同的其他地点谈判就是中立地谈判，中立地谈判对谈判双方而言没有宾主的差别。

主场谈判对于客场谈判而言，东道主会有很多便利和优势。首先，己方的谈判人员有心理优势。由于谈判人员对于主场的环境较为熟悉，在进行国际商务谈判时，前期准备工作更容易进行，不会对语言、气候、饮食、文化等方面的不适应问题，谈判时心里底气十足。其次，信息沟通方便快捷。谈判人员可以随时与企业 and 上级领导请示汇报，方便获取各种资料信息，在谈判中保持极大的灵活性。最后，更易获得谈判主动权。由于谈判的议程主要由东道主安排，在天时、地利、人和方面享有便利，处理各种谈判事务时比较主动，可以通过对己方有利的安排来掌握谈判的主动权。客场谈判意味着本国谈判人员到国外进行谈判，不仅对谈判所在地的社会文化环境不熟悉，还要克服天气、时差等方面的困难，加上参加谈判的人员有限，客场谈判的准备工作更加复杂。

主场谈判也存在劣势，首先，由于身在公司所在地，不易与公司工作脱钩，经常会由于公司事务需要解决而干扰谈判人员，分散谈判人员的注意力。其次，由于与公司高层沟通方便，谈判人员易产生依赖心理，一些问题不能自主决断而频繁地请示领导，也会造成失误与被动。最后，主场谈判的东道主需要负责安排谈判会场及谈判中的各项事宜，负责对客方人员的接待工作，安排宴请、游览等活动，负担较重。

一般情况下，当谈判双方对谈判地点的重要性都有充分的认识，或因谈判双方冲突较大、政治关系微妙等原因，在主、客场地都不适宜的情况下，为了消除主场谈判和客场谈判可能出现的不利影响，可选择中立地点进行谈判，即选择主、客场地以外的第三地进行谈判。中立地点谈判，对双方来讲都是平等的，不存在偏向，所以气氛冷静，不易受环境干扰，双方都比较注意自己的声望、礼节，容易减少误会，再加上双方的诚意，双方都会比较客观地处理各种复杂问题和某些突发性事件，从接触了解，到澄清谅解，直至最后达成某种默契或协议。

案例1-9

日本的钢铁和煤炭资源短缺，渴望购买煤和铁。澳大利亚生产煤和铁，并且在国际贸易中不愁找不到买主。按理来说，日本的谈判者应该到澳大利亚去谈生意。但日本人总是想尽办法把澳大利亚人请到日本谈生意。

澳大利亚人一般都比较谨慎，讲究礼仪，不会过分侵犯东道主的权益。澳大利亚人到了日本，使日本方面和澳大利亚方面在谈判桌上的相互地位发生了显著的变化。澳大利亚人过惯了富裕的舒适生活，他们的谈判代表到日本几天，就急于想回到故乡别墅的游泳池、海滨浴场和妻儿身旁去，在谈判桌上常常表现出急躁的情绪；而作为东道主的日本谈判代表则不慌不忙地讨价还价，他们掌握了谈判桌上的主动权。结果日本方面仅仅花费了少量的款待费作为“鱼饵”，就钓到了“大鱼”，取得了谈判桌上难以获得的东西。谈判结果可想而知，日方顺利地达成对自己十分有利的谈判协定。

资料来源：白远. 国际商务谈判[M]. 北京：中国人民大学出版社，2004.

三、按谈判目的进行划分

按照谈判的目的，国际商务谈判可分为接触谈判、意向谈判、合同谈判三类。

1. 接触谈判

接触谈判主要是指一般性会见和技术性交流的谈判，是非正式的谈判。一般性会见主要发生在正式谈判之前或谈判的准备阶段，包括礼节性的会晤与谈判，对参会人员的级别和规模没有规定，较为随意，谈判主题不确定或者不具体，主要停留在泛泛合作的问题上，一般性会见主要以培养谈判方的友谊、寻求合作可能和方向为目的，与会人员为了给对方留下好的印象，在会晤或者谈判中通常热情友好。

技术性交流主要是谈判方为了明晰对方状况，探索与对方是否存在合作机会，以参会交流的形式，共同针对合作领域进行的技术探讨。例如，中国公司想与外方公司针对某个领域的技术进行合作，通常先采取技术性交流的方式，了解外方公司能够并且愿意提供哪种水平的技术，这个技术对中方公司是否适宜等，为今后的正式谈判奠定基础。

2. 意向谈判

意向谈判是指谈判方初步洽商、试探性的、就各自的意愿达成一致的谈判，通常是正式谈判做准备的谈判。意向谈判不一定对所谈议题和内容做充分准备，主要是为了通报情况、解释立场、沟通关系和安排下一步的谈判程序。这类谈判一般是以谈判方签署某项意向书、备忘录或者口头许诺作为结果。意向书对于谈判各方是没有法律约束力的文件，仅仅是双方意向性的总结与展望，为双方进行正式谈判提供依据，是签订协议(合同)的前奏。在意向书中应尽量将谈判各方已经达成一致的问题纳入其中，为今后的谈判节省时间。

3. 合同谈判

合同谈判也叫协议谈判，是指为实现某项交易并使之达成契约的谈判，这是达成合作的最后谈判。所谓合同，必须具有“标的、费用、期限”这几个基本要件，一旦达成协议，合同谈判也就基本结束。合同谈判并不是一次就形成的，它建立在以前多次预谈判的基础上，交易双方要反复多次协商，进行各种意向性、协议性谈判，需要认真对待。由于合同谈判是交易双方进入实质性交涉阶段，与接触谈判和意向谈判相比，合同谈判具有以下几个特征。

(1) 谈判目标明确，意在解决实质性问题。经过前期的多次预谈判，谈判方相互探测、摸底，对国际商务谈判中的合同目标已十分清晰。谈判方很可能在谈判时很快就进入实质问题的磋商，如产品交易价格、支付方式、交货期限；工程项目中的技术标准、验收方式；投资项目中的利率、期限、宽限期等。谈判方的磋商主要围绕合同条款展开，千方百计地发挥各自的优势，运用各种策略技巧，达成合约。

(2) 合同谈判签订协议具有法律效应。国际商务谈判如果能进入签约阶段，标志着双方合作的开始。签订合同要符合法律程序，具有合法性，确保谈判方按照合同规定的条款履行各自的权利和义务。如果有一方在交易中不执行合同条款，则会以违约进行处罚。因此，谈判方对合同条款的考虑都十分谨慎，逐字逐句斟酌，甚至连标点符号也不放过，决不轻易许诺、妥协、让步。此外，合同谈判都是正式谈判，场合正规，气氛严肃。

(3) 合同谈判人员须具有决定权。在合同谈判进入实质性阶段后，谈判方的主谈人必须是企业或项目负责人或授权代理人，能够具有或者授权具有决定权。只有这样才能敲定合同的主要条款，对合同的主要内容进行谈判时多有律师出席，谈判方的签字必须由法人或者委托代理人完成。

四、按谈判参与者的性质进行划分

按照谈判参与者的性质进行划分，国际商务谈判可以分为官方谈判、民间谈判和官民谈判。

1. 官方谈判

官方谈判是指谈判各方的代表是由政府出面组织或由有关企业属于政府管辖或者委派且有政府代表参加，所涉及的内容具有官方性质的谈判。负责此类谈判的可以是政府机构，也可以由国家控股企业承担，甚至可以委托私营企业去执行。例如，关税与贸易总协定的各轮谈判、中美纺织品贸易谈判等。

与其他类型谈判相比，官方谈判具有如下特点：第一，官方谈判级别高。官方谈判的内容基本都是国家大事、要事，通常与国家的政治、经济、国防、外交等方面相关，在国际经济谈判中的地位举足轻重。参加或主持官方谈判的代表要有一定的级别，如2013年11月，李克强总理率队赴欧洲与塞尔维亚总理、匈牙利总理进行会谈，最终确立中、塞、匈三国合作建设连接贝尔格莱德和布达佩斯的匈塞铁路，并成立联合工作组落实推进工作。第二，谈判内容保密性强。因为这种类型的国际商务谈判往往涉及国际市场利益问题，谈判方目标的达成，对第三方国家可能会产生一定的影响。因此为避免其他方的阻挠和干扰，在官方谈判开始前就会明确规定是否保密、保密级别及保密的具体要求。第三，官方谈判效率通常较高。由于官方谈判的成员级别高、时间紧，日常工作较多，决定了谈判只能在较短的时间内结束谈判，同时谈判各方能够及时将双方意见整理成文字材料并译成相应语言，供研究参考，由于处理及时，提高了信息的准确度，提升了谈判效率。第四，官方谈判注重礼仪。官方代表的一言一行都代表国家、政府。官方代表在谈判中要态度温和、遇事不急、出言平静、处事在理。

2. 民间谈判

民间谈判是指发生在私营企业、群众团体或组织之间的国际商务谈判。谈判活动是企业本身的商务活动，不涉及政府，交易的内容纯属两个或多个企业的经济利益谈判，可以是企业之间、企业与自然人之间、自然人之间的国际商务活动的谈判。谈判达成的协议、签订的合同不代表国家和政府。由于民间谈判涉及面小，一般不容易受到外界的干扰，谈判中的条件可以很快由谈判者决定，所以民间谈判的灵活性较大。

3. 官民谈判

官民谈判是指谈判人所负担的谈判任务涉及官方和企业两个方面的利益，或者由官方人员和企业代表共同参加的谈判。官方民间活动一般涉及企业重大的国际经贸活动，这种谈判不仅涉及企业的利益，也会对政府的经济、外交活动产生一定的影响，因此谈判时

要兼顾两者的意图，给谈判增加难度。谈判代表在陈述理由、处理与对手的礼仪均要兼顾“官方”与“民间”代表的反应和他们各自的立场、要求。如果忽略这点就会产生矛盾，影响签约后履行的配合。

五、按谈判方采取的态度与方针进行划分

根据谈判方所采取的态度与方针进行划分，国际商务谈判可以分为软式谈判、硬式谈判和原则式谈判。

1. 软式谈判

软式谈判也称友好型谈判、关系型谈判，是指谈判者为了尽量避免冲突，保持同对方达成协议所采取的退让与妥协的谈判方法。这种谈判不是把对方当成敌人，而是当成朋友看待。它强调的不是占有优势，而是达成协议。从这种意义上讲，软式谈判是一种维持关系性的谈判。

当然，如果当事各方都能视“关系”为重，以宽容、理解的心态，友好协商，那么，达成协议的可能性较大，相互关系也会得到进一步加强。然而，出于价值观念和利益驱动等原因，并非人人都会持这种态度，导致采取这种方式的谈判方一味退让，只提出自己的最低要求，不敢固守自己的正当利益，处于十分不利的地位。因此这种方法在实际的商务谈判中，人们极少采用。通常只有在具有长期业务往来且关系一直良好的合作双方才会选择使用这种方法。

2. 硬式谈判

硬式谈判也称立场型谈判，是指谈判者以意志力的较量为手段，很少顾及或根本不顾及对方的利益，只维护自身立场，主张强硬，力图压倒对方的谈判方法。采取硬式谈判，通常把谈判对手视为敌人，对人对事均采取强硬态度，通过施加压力迫使对方让步。

采用硬式谈判，双方常常互不信任、互相指责，谈判也往往骑虎难下，陷入僵局，无法达成协议。你越想坚持和保住自己的立场，那么你就会越被动；你越想使对方相信你不可能改变立场，那么你就越难达到目的。即使双方达成某些妥协，也可能是极小的、不涉及实质内容的机动让步。这样看上去谈判并没有破裂，仍然在继续中，而实际上谈判却陷入旷日持久的对峙。双方的注意力都投入到如何维护自己的立场、否定对方的立场上，从而忽视了双方在谈判中真正需要的是什么，能否找到一个能兼顾双方需要的解决方法。硬式谈判有明显的局限性，只有在“一锤子买卖”，也就是为取得一次胜利而拿未来的合作做赌注，或者谈判双方力量悬殊时才会使用。

3. 原则式谈判

原则式谈判也称价值型谈判，最早是由哈佛大学谈判研究计划中心提出，所以又称哈佛谈判术。原则式谈判的谈判方把对方看作是自己并肩合作的同事，既非朋友更非敌人。原则式谈判不像软式谈判那样为了与对方保持良好的关系而忽视己方利益的获取，不是一味地退让，委曲求全来达成协议，它要求谈判的双方都要尊重对方的基本需要，寻求双

方利益上的共同点；也不像硬式谈判那样只坚持本方的立场，它主张注意调和双方的利益，竭力寻求双方利益上的共同点，在此基础上设想各种使双方各有所获的方案。由于原则式谈判强调通过谈判取得谈判方自身所需要的利益，这种利益既包含经济上的利益和物质上的利益，也包含人际关系的利益，为大多数商务谈判者所推崇，在国际商务交往上应用得十分广泛。

扩展阅读1-1

原则式谈判的起源

荣格·费舍尔是哈佛大学法学院的荣誉教授，在1959年加盟该学院后一直从事谈判理论的研究和实践经验的总结。费舍尔有丰富的谈判阅历，他曾经长期担任美国热门电视栏目《辩护士》的特约嘉宾，同时参与和咨询了许多著名的国际纠纷和冲突问题，包括埃及首脑戴维营和谈(1978年)、伊朗贝鲁特人质事件(1981年)、第二次埃斯基普拉斯中美洲国家首脑会谈(1989年)等。与通常那些旷日持久的、马拉松式的政治谈判不同，以上谈判事件都取得了较圆满的结局，堪称奇迹。正因为这些不同寻常的经历，费舍尔曾经担任美国、伊朗、危地马拉等国家和政府的高级谈判顾问。

在费舍尔的倡导下，1979年哈佛大学法学院、商学院的学者成立一个关于谈判的研究兴趣小组，他们定期聚会讨论谈判与冲突的问题，这就是著名的哈佛谈判项目的雏形。该项目聚集了一批优秀的研究巨匠，例如霍华德·雷法、戴维·拉科斯、詹姆斯·赛本斯、杰弗·鲁宾、比尔·尤瑞等，宛若日月争辉，成为全球谈判研究的圣地。在该项目的感染下，美国其他院校也纷纷设立了谈判(或称为“争端解决”“冲突处理”等)研究机构，其中以哈佛大学、美国西北大学、麻省理工学院为代表的、最著名的17家研究机构长期受到美国休哈特基金会的资助。“同类相从，同声相应”，这些研究机构在不断丰富理论研究的同时，也通过著作出版、案例撰写或者会议交流等多种形式，丰富并促进着全球谈判学的知识库。

在哈佛谈判项目所提出的众多理论中，最著名的就是费舍尔在《赢得协议》一书里所总结的原则式谈判。《赢得协议》出版后迅速成为《纽约时报》最畅销的上榜著作，并被翻译成10多种语言，发行量超过100万册。

以往，人们通常将谈判划分为软式谈判和硬式谈判两种风格。其中，软式谈判又称为友好型谈判，谈判者可以为达成协议而让步，尽量避免冲突，总是希望通过谈判签订一个皆大欢喜的协议，或者至少能够签订一个满足彼此基本利益的协议而不至于空手而归。硬式谈判又称为立场型谈判，谈判者将谈判看作一场意志力的竞争，认为在这种竞争中，立场越强硬的一方最后获得的收益会越多。硬式风格的谈判者往往更多地关注如何维护自身的立场，抬高和加强自己的地位，总是处心积虑地要压倒对方。

根据荣格·费舍尔的观点，这两种谈判风格都是错误的，正确的应该是原则式谈判风格。与软式谈判相比，原则式谈判注意与对方保持良好的关系，但是并不像软式谈判那样只强调双方的关系而忽视利益的公平。与硬式谈判相比，原则式谈判主张注重调和双方的

利益，而不是在立场上纠缠不清。因此，原则式谈判既不是软式谈判，也不是硬式谈判，而是介于两者之间。

六、按双方洽谈的方式进行划分

根据谈判方洽谈的方式进行划分，国际商务谈判可以分为口头谈判、书面谈判和在线电子商务谈判。

1. 口头谈判

口头谈判是指谈判方采取面对面的方式洽谈协商，口头提出交易条件，商谈达成协议的谈判。口头谈判方式便于双方谈判人员交流思想感情，谈判人员可仔细观察对方的面部表情和姿态动作以及情绪变化，有利于双方沟通，对谈判行为的发展变化做出准确的判断，从而促使谈判结果的达成。谈判人员随着日常的直接接触，不仅频繁地就有关谈判的各个事项进行磋商，还可以逐渐形成人与人之间的感情，会由“陌生人”变为“熟人”，进而使谈判过程融入情感的因素。但是，口头谈判也有其明显的不足。在一般情况下，双方都不易保持谈判立场的不可动摇性，难以拒绝对方提出的让步要求。

2. 书面谈判

书面谈判是指谈判双方不直接见面，利用文字或图表，比如信函、电报、传真、电子邮件等形式进行的谈判。书面谈判具有准备充分、谈判成本低及间接性等特征，作为口头谈判的辅助方式，国际商务谈判中书面方式应用得愈来愈多。书面谈判的优点是：在阐述己方的主观立场时，用书面形式比口头形式显得更为郑重；在向对方表示拒绝时，采用书面形式要比口头形式方便易行，特别是在与对方人员已经建立起良好的人际关系的情况下更是如此；这种谈判方式比较节省费用。它的缺点是不利于双方谈判人员相互了解，而信函、电报、电传等通信媒介所能传递的信息量是有限的，谈判人员仅凭借各种文字资料，难以及时、准确地对谈判中出现的各种问题做出反应，因而谈判的成功率较低。因此，这种谈判方式只适用于交易条件比较规范、明确，内容比较简单，谈判双方彼此比较了解的谈判。

3. 在线电子商务谈判

在线电子商务谈判是随着互联网技术的不断发展而兴起的运用视频等电子方式进行的谈判。通过电子商务谈判，谈判者可以既协作又竞争地分享各种信息和资料，又可以充分节约谈判时间和费用，还为更多更高级别的人员参加谈判提供了便利条件。例如，某公司总经理原定要到国外进行谈判，但国内工厂突发事件，耽误了总经理的行程，不能及时赶往国外，为了避免谈判延期，通过视频的方式亲自参加了谈判，并做出关键性决策。

扩展阅读1-2

互联网谈判

互联网谈判(Internet Negotiation)是伴随着互联网发展而兴起的谈判方式，尽管互联网

谈判出现时间很短,但所展现出来的生命力是不容忽视的,尽管面对面谈判仍然是最主要的谈判方式,尤其是对于高层次的谈判,但是互联网提供了一种新的谈判方式。互联网谈判有其优势,比如在谈判中可能因为双方情绪化因素而无法达到预期结果时,或当谈判需要将注意力集中在合同文本时,互联网谈判可能就更为有效和快捷,大大减少了某些交易的成本和时间。

互联网谈判是指借助互联网进行协商、对话的一种特殊的谈判,相对于传统的谈判,互联网谈判具有信息交流快捷、谈判模式新颖、隐性信息难以获得等特点。

1. 优点

(1) 信息交流和沟通更快。互联网谈判中信息传递快,通过视频同样可以用语言和表情进行谈判。它既具有电话谈判快速、联系广泛的特点,又有函电内容全面丰富、可以备查的特点,而且通过视频面对面地谈判可以大大加快各自信息的传递和沟通。

(2) 谈判模式新颖。互联网谈判不再需要安排专门的场地,突破了时空的局限,传统谈判首先要根据谈判地点和谈判时间来安排行程,例如,气候原因就可能延误行程而导致谈判日程改变,而互联网谈判就不存在这类问题,双方在网络空间中谈判,不涉及谈判主场对主方的有利因素,也避免了客场对客方的不利条件,保障了谈判双方的公平性,谈判各方的心态也更加从容,在电子商务谈判中可以更好地将“人”与“问题”分开,将双方的关系建立在正确的认识、清晰的沟通、适当的情绪上,谈判人员更加理性化,保障了谈判的公平竞争性。

(3) 谈判成本低。采用互联网谈判方式,谈判者无须四处奔走,就可向国内外企业发出电子邮件,分析比较不同客户的回函,从中找出对自己最有利的协议条件,企业大大降低了人员开销、差旅费、招待费以及管理费等,甚至比一般通信费还要省得多,从而降低了谈判成本。

(4) 谈判班子的组织自由度更大。传统谈判中由于人、财、物力因素的限制,必须选派有限的人员组成谈判班子,必须进行谈判前的合作训练,互联网谈判无须谈判者亲自前往,因此对人员数量限制不大,并可随时调整人员,最大限度地发挥集体智慧,有利于更高级别的人员参加,有利于合作。

2. 缺点

由于电子商务谈判是在网络上传输信息,必然有一定时滞,使人的思维产生一定延迟,交叉谈话可能性大大降低,加上谈判是在网络上进行的,谈判人员不能像面对面谈判那样有亲切感(如握手等),在视频上可能看不到所有参与谈判人员的表情,从人的仪态、举止、目光、面部等表情来获取无声的语言信息就很困难,在电子商务谈判中,肢体语言所传达的信息比传统的谈判要少得多,谈判的气氛控制也与传统谈判有很大的不同,汲取隐性信息就更加困难,如果网络不好,还会影响视频与语音的效果。因此,为了克服互联网谈判的缺点,建议谈判方式由横向转为纵向发展。横向谈判方式是指将准备谈判的议题全面铺开,并在规定了每轮要讨论什么问题后,再按规定的顺序一轮一轮地谈判下去。纵向谈判方式是指将要谈判的问题整理成一个系列,按照问题的内在逻辑依次序进行谈判,其特点是一般每次只谈一个问题,不解决这个问题,下个问题就无从讨论。纵向方式适合

对链条或复合问题进行谈判，横向方式适用于面对面商谈，由于网络的交互式环境远不如人与人之间的直接交流灵活，因此为保证谈判的效率采用链条状的纵向谈判方式更适合互联网谈判。

随着互联网技术的不断进步，从电子部件、文件处理发展到先进的网络会议、网络电话、网上视听系统等，这些使得基于互联网的交易快速增长。不过，互联网技术要真正成为主要的谈判工具可能还需要一定的时间，尤其是涉及网络合同谈判及争端解决的问题，基于网络的谈判技术需要不断开发和完善，包括网络虚拟会议、虚拟眼球、语言辨别技术、电脑的个性化信息处理技术等，这样才能使互联网谈判真正人性化，使谈判进程更加顺利。

七、按经济活动的主要内容和具体对象进行划分

按照经济活动的主要内容和具体对象划分，国际商务谈判可以分为多种类型。本书主要介绍商品贸易谈判、技术贸易谈判、资金谈判、服务贸易谈判4种类型。

1. 商品贸易谈判

商品贸易谈判是指以商品为中心，买卖双方就买卖商品本身的有关内容进行的谈判。商品贸易谈判是商务活动中数量最多的一种谈判，在企业的经济活动中占有非常重要的地位。商品贸易谈判主要包括商品的品质、商品的数量、商品包装、商品的运输、费用以及交货地点、保险、商品检验、商品价格、货款结算支付方式以及索赔、仲裁和不可抗力。

2. 技术贸易谈判

技术贸易谈判是指技术拥有方将技术和相关权利通过贸易方式转让给技术需求方所进行的国际商务谈判。它把技术当作商品，按照商品交易的条件和方式进行，包括技术服务、发明专利、工程服务、专有技术、商标和专利权等方面，一般分为两个部分：技术谈判和商务谈判。技术谈判是供需双方就有关技术和设备的名称、型号、规格、技术性能、质量保证、培训、试生产、验收等问题进行的商谈。商务谈判是供需双方就有关价格、支付方式、税收、仲裁、索赔等条款进行商谈。技术贸易的方式主要有许可证贸易、技术贸易、技术所有权的转让。一般而言，技术贸易多数是技术使用权的转让。随着我国经济建设的发展和改革开放的深化，一方面需要从国外引进大量的先进技术，另一方面国内的技术也将越来越多地进入国际市场。因此，国际技术贸易谈判已成为我国企业商务谈判中的一个重要方面，受到更多的重视。

3. 资金谈判

资金谈判是指资金供需双方就资金借贷或投资内容所进行的谈判，包括资金借贷谈判和投资谈判两种类型。投资谈判是指谈判方就双方共同参与或涉及双方关系的某项投资活动所进行的谈判，包括投资活动所涉及的投资目的、投资方向、投资形式、投资的内容与条件、投资项目的经营与管理，以及投资者在投资活动中权利、义务、责任和相互之间的关系等内容。资金借贷谈判是指谈判双方就如何提供进出口信贷、组织国际银行和财团融

资和在对方国发行债券、股票、提供资金担保等方面的谈判，常常涉及资金借贷的条件、成本、支付的方法、担保的范围、双方应承担的责任、义务等。

4. 服务贸易谈判

服务贸易谈判是指谈判方就服务提供的形式、内容、期限、价格、计算方法、支付方式以及交易双方承担的权利和义务所进行的谈判。服务贸易包括运输、咨询、广告、项目管理、设计、劳务、旅游等方面的商务合作。由于服务本身不是物质商品，所以服务贸易涉及的主要是无形的贸易，是以提供某一方面的服务为特征。随着第三产业的发展和国际交流的频繁，服务贸易在国家之间的开展越来越经常化和多样化，已成为国际经济活动中越来越重要的谈判项目。

| 思考题 |

一、名词解释

国际商务谈判；主场谈判；客场谈判；官方谈判；原则性谈判

二、简单题

1. 国际商务谈判有什么特点？
2. 国际商务谈判的类型有哪些？
3. 国际商务谈判的基本原则是什么？
4. 国际商务谈判的构成要素是什么？